心理科学进展　2018, Vol. 26, No. 11, 2024–2034
Advances in Psychological Science　DOI: 10.3724/SP.J.1042.2018.02024

社交网站在社会认同发展中的作用*

王新月[1,2]　王兴超[2,4]　雷　雳[1,2]　王鹏程[1,2]　周　浩[2,3]

([1]中国人民大学心理学系; [2]中国人民大学心理学系互联网+社会心理学研究中心, 北京 100872)
([3]浙江财经大学心理健康教研室, 杭州 310018) ([4]山西大学教育科学学院, 太原 030006)

摘　要　社会认同是个体对属于某特定社会群体的意识，以及这种意识对个体情绪、情感的价值与意义。当前，社交网站已逐渐渗透到了人们生活的各个方面，改变了传统社会认同的环境。主要体现在扩展社交范围、促进信息交换、提供表达舞台、允许隐私设置和提供多重选择这五个方面。社交网站在个体社会认同的建构、表达、管理、重构和建立归属感等过程中均发挥了重要作用。未来研究仍需在研究方法、研究内容和实践应用上做进一步深化。

关键词　社会认同; 社交网站; 归属感
分类号　B849:C91

1　引言

社会认同(Social identity)是个体自我概念的一个重要组成部分，指个体对属于某特定社会群体的意识，以及这种意识对个体情绪、情感的价值与意义(Tajfel & Turner, 1986)。个体通过把内群体和外群体进行有利的比较，从而形成积极的社会认同。积极的社会认同有助于提高个体的自尊(Steinfield, Ellison, & Lampe, 2008; 赵志裕, 温静, 谭俭邦, 2005)。此外，社会认同还可以提升个体的归属感和安全感，并增强个体存在的意义(赵志裕等, 2005)。由此可见，社会认同对个体发展来说至关重要。

当今时代，网络已经成为人们生活中不可或缺的一部分。根据中国互联网络信息中心发布的第40次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2017年6月，中国网民规模高达7.51亿，互联网普及率达到了54.3% (CNNIC, 2017.08)。其中，社交网站(Social Networking Sites, SNSs)也随着网络的发展而快速渗透到网民的日常生活中。目前，作为全球最大的社交网站 Facebook，其月活跃用户量已高达 19.4 亿，并呈现出逐年上升的趋势(Statista, 2017)。在国内，社交网站巨头腾讯在发布的《2017 年第三季度业绩报告》中也指出，截至2017年9月，微信月活跃账户数达到9.8亿，同比增长了 15.8%。社交网站对个体的发展和社会适应有着重要的影响(葛红宁, 周宗奎, 牛更枫, 陈武, 2016)，毫无疑问，当现代人越来越多地置身于网络世界时，这种影响也会愈发的深刻。

社会认同理论认为，人们的身份是建立在自己的群体成员身份之上的(Tajfel & Turner, 1979)，社会认同必然发生在与他人交流互动的过程中。社交网站作为人们新的交往平台，为个体与他人的交流互动提供了新的环境。因此，随着社交网站的快速发展，学者们也逐渐将研究目光聚焦到社交网站对社会认同发展的作用上来。然而，就目前的研究现状来讲，该主题相关的研究还处在比较零散的探索性阶段。基于此，本文对前人的研究进行了系统地梳理，发现当前各类社交网站的快速兴起，不但改变了人们传统的社会认同的环境，而且在个体社会认同的发展过程中发挥了重要的作用。具体而言，社交网站对个体社会认同的建构、表达、管理、重构和建立归属感等过程均具有深刻、明显的影响。

2　社交网站

随着技术的发展，社交网站也在发生着动态的变化。Ellison 和 Boyd (2013)对社交网站进行了

收稿日期：2017-06-23
* 教育部人文社会科学重点研究基地(天津师范大学心理与行为研究院)重大项目资助(14JJD190005)。
通信作者：雷雳, E-mail: dr.leili@qq.com

重新定义，他们认为，当前的社交网站是一个网络化的交流平台，主要包括以下三个特征。第一，用户拥有唯一的、可识别的个人主页。这一个人主页包括三方面的内容，即用户提供的内容、其他用户提供的内容和系统提供的内容。第二，社交网站中的关系是公开呈现的。也就是说，社交网站中的关系可以被他人看到，并允许他人沿节点进行访问。第三，通过社交网站，用户可以消费、产生内容，并且与用户生成的内容流进行交互。不仅如此，社交网站还支持多重模式的交流——既可以一对多，也可以一对一；既可以同步，也可以异步；既可以基于文字，也可以基于媒体；既可以是公开的，也可以是私密的。

近年来，社交网站的种类也逐渐呈现多元化发展。国外有代表性的社交网站有 Facebook、Twitter、Instagram 等，而国内则为微信、QQ、新浪微博等。不同的社交网站所定位的目标用户也有所不同(Boyd & Ellison, 2007)。例如，Facebook 创建之初是针对哈佛大学生群体，而领英(LinkedIn)则是针对职场人群。事实上，作为人们网络生活中的重要组成部分，不同种类的社交网站也都普遍具有网络空间的心理特性，即多重社交(Social multiplicity)、空间穿越(Transcended space)、身份可塑(Identity flexibility)和存档可查(Archival and retrievable)等特性，而这些特性将深刻地影响着人们的心理与行为(雷雳, 2016)。

3　社会认同相关理论

社会认同是自我概念的一个重要组成部分。对于个体来说，自我概念影响着个体的心理与行为(刘庆奇，牛更枫，范翠英，周宗奎, 2017)。一些理论观点对社会认同及其形成机制进行了深入阐释，这些理论不仅有助于我们理解社会认同的发展过程，而且有助于我们理解社交网站在这一发展过程中所发挥的重要作用。

3.1　社会认同理论

Tajfel 和 Turner 于 1979 年构建了社会认同理论(Social Identity Theory, SIT)。该理论认为个体通过自我分类、认同和社会比较这三个步骤，产生对群体成员身份的认同。一旦个体对内群体产生认同，他(她)就会接受并采取这个群体的价值、信念、行为规范、沟通方式和认识论(Stets & Burke, 2000)。Tajfel (1970)在研究中采用了最简群体实验范式(Minimail-Group paradigm)，发现当被试仅单纯地知觉到自己的组别分类时，就会产生认同感，进而表现出对内群体成员的有利的资源分配行为。也就是说，群体可以在很短的时间内形成，即使在“身体缺场”情况下，仅仅基于一个概念分类的群体成员身份认同，就会使得个体对内外群体产生不同的认知和对待。

社会认同理论一般应用于较大范围的社会分类中(如种族)，但是也同样适用于较小的群体中(如兴趣小组)。同时，个体对群体成员身份的认同主要是一种认知过程(Tajfel & Turner, 1986)，因此，社会认同是后天形成的而非先天就有的(Hogg, Abrams, Otten, & Hinkle, 2004)。雷雳(2016)认为，在网络环境中，个体可以基于对某个虚拟社区的归属感构建虚拟层面的社会认同。换言之，虚拟的网络社交环境允许个体进入多样化的群体，进而为其社会认同的发展提供了重要的环境基础。

3.2　社会认同的整合模型：自我刻板印象和自我锚定

van Veelen, Otten, Cadinu 和 Hansen 在 2016 年提出了社会认同的整合模型(Integrative Model of Social Identification, IMSI)。该模型认为：在自我概念比较模糊的情况下，内群体的原型对个体自我概念未知部分的发展具有重要的意义，个体会通过自我刻板印象(Self-stereotyping)来形成社会认同，这与传统的社会认同理论的观点是一致的，即个体使用群体原型来定义、描述和评价自己，并内化群体规范和价值(Tajfel & Turner, 1979)。而在群体信息比较模糊的情况下，个体自我可以为内群体未知的部分提供意义，这时候个体主要通过自我锚定(Self-anchoring)这一过程形成社会认同，即个体并不需要依靠组内原型在自己和内群体间建立心理联系。需要指出的是，以上这两个过程是相辅相成、紧密联系的。其中，自我锚定过程可以很好地解释最简群体实验。具体而言，在最简群体中，群体的信息相对较少，而个体自我是唯一能够为未知的内群体提供意义的来源，这也得到实证研究的支持。例如，Cadinu 和 Rothbart (1996)使用最简群体范式，分别给被试呈现个体和群体信息，然后让被试对这两种信息对自我和内群体的适用性进行评级。结果发现，个体更倾向于把自我信息投射到群体中，而较少

把群体信息投射到自我中，前者的信息量是后者信息量的两倍。简而言之，个体会把有关自我的积极信息投射到内群体中，并由此产生社会认同。

社会认同整合模型强调了人们在形成社会认同的过程中，个体自我与社会自我之间的动态相互影响。社交网站的环境相对多样化，有时候群体信息是比较模糊的。在这种情况下，社会认同整合模型可以为我们理解个体如何适应日益变化的、复杂的网络环境提供重要的参考。

3.3 拟剧论

Goffman (1959)提出了拟剧论(Dramaturgical Theory)，用于解释日常生活中个体之间的相互作用。该理论认为社会是一个舞台，人们会在社会生活中的不同场景中扮演不同的角色，并对不同的观众进行表演。Goffman 认为，一个人的舞台可分为前台(Front stage)和后台(Back stage)两种。其中，前台是个体进行表演的空间。在前台中，人们作为演员，会在与特定观众的交互过程中进行舞台和道具的选择，并力求在众多的观众面前塑造可被他人接受的形象。相比较而言，后台则是个体的私人空间，他们在这里可以摆脱角色，变成真正的自己。

基于拟剧论，人们需要在不同的场合表现出适当的行为。在社交网站的舞台上，个体既是“观众”又是“演员”；既在“前台”中扮演着形象，又在“后台”中做着真实的自己。总之，拟剧论有助于我们理解社交网站中个体的社会认同的表达、管理等过程。

4 社交网站在个体社会认同发展中的作用

现如今，Facebook 等社交网站已成为个体重要的交流互动的媒介。其中，社交网站具有多元功能，例如创建个人主页、浏览和寻找其他用户和隐私设置等(Blease, 2015)，这在一定程度上改变了个体进行社会认同的传统环境，主要体现在以下五个方面。

第一，社交网站的多重社交和空间穿越特性，扩展了个体的社交范围。一方面，社交网站把人们的社交活动从线下扩展到了线上；另一方面，社交网站也把不同地理空间的陌生人连接在一起，为他们提供方便、通畅的交往机会。例如，在社交网站中，个体不但能够浏览和寻找其他用户(Blease, 2015)，而且可以添加好友(Boyd & Ellison, 2007)。第二，社交网站从纵向和横向两个维度上扩展了用户之间的信息交换渠道。与现实环境不同，社交网站中的信息是存档可查的，这延伸了用户获取信息的纵深。此外，社交网站也拓宽了信息获取的宽度，个体可以同时从浏览社交网站中他人发布的内容和与他人的交流中获取信息。其中，与他人交流既可以发生在公开的主页中，也可以通过私信功能在私下进行(Blease, 2015; Boyd & Ellison, 2007)。第三，社交网站为个体提供了一个可以自由进行自我呈现的舞台(Ellison & Boyd, 2013)。用户在社交网站上可以按照自己的意愿进行表达，例如，Facebook 允许用户在个人主页中上传照片、标记地方、添加个人喜好等(Blease, 2015)，这些功能不仅给了用户较大的表达自己的空间，也允许其在社交网站中塑造自己的身份。第四，社交网站允许个体进行隐私设置。社交网站为用户提供了管理联系人、设置主页可见、状态可见等功能(Blease, 2015)。通过这些功能，个体可以自由地对隐私进行控制。第五，社交网站为个体提供了多重选择，这主要体现在两方面。一方面，个体可以灵活选择各个社交网站和账号；另一方面，个体也可以对联系人进行选择，如在添加好友时选择“接受”或“忽略”，也可以便捷地解除好友关系(Blease, 2015)。

另外，个体的自我概念也并非是独立静止的心理结构，它会随着环境的变化而发生改变(Evans, 2012)。作为个体自我概念的重要组成部分，社会认同也并非是一成不变的，而是一个动态的过程。对此，邓志强(2016)认为，正是由于网络平台的存在，社会认同的基础性条件、结构性力量和主导性因素都发生了变化。不仅如此，网络中的社会认同还更具有自主性和自觉性(邓志强, 2016)。本文通过对前人研究的系统梳理，指出了社交网站的兴起对传统社会认同环境的改变，这在一定程度上影响了个体社会认同发展中的建构、表达、管理、重构和建立归属感这五个过程。

4.1 社交网站促进个体社会认同的建构

大量研究显示，社交网站有助于个体建构自己的社会认同，如宗教认同(Debsmita, 2014; Nuermaimaiti, 2014)、种族认同(Nuermaimaiti, 2014; NurMuhammad, Papoutsaki, & Dodson, 2016; Tynes, Garcia, Giang, & Coleman, 2011)和性别认同(Cooper

& Dzara, 2010; Fox & Warber, 2015)等。在社交网站中，个体的社会认同是一个主动建构的过程(邓志强, 2016)。在这个过程中，社交网站在个体的社会认同的建构过程中发挥了以下两方面的作用。

第一，社交网站扩展了个体的社交范围。事实上，“身体缺场”是社交网站的一个重要特征，但却不会成为个体拓展社交的障碍。个体在社交网站中可以脱离“身体在场”的限制，便捷地参与到多重的关系中去(Long & Jung, 2015)。先前的研究也表明，个体即使在“身体缺场”情况下，也可以把自己分类到某一群体中(Yonkers, 2015)。而自我分类是社会认同形成的重要途径之一(雷雳, 2016)。因此，个体在社交网站中可以与更陌生的他人和更广泛的群体进行交流互动，这进一步促进了其社会认同的建构(Cheng & Guo, 2015)。以往研究也支持了这一观点，例如，青少年会在社交网站中进行认同实验，这样会促进他们使用互联网与更为广泛的人群进行交流(Valkenburg & Peter, 2008)。与此同时，青少年也可以通过社交网站去加入某些“兴趣小组”，而相应的探索行为将延伸青少年的群体认同(Shapiro & Margolin, 2014)。值得注意的是，这种延伸在线下通常是无法完成的(Campbell, 2014)。

第二，社交网站促进个体间的信息交换。在社交网站中，个体通过浏览信息和与他人交流互动这两种方式来便捷地获取更多数量和种类的群体信息，这有助于个体进行自我分类和社会比较。正如 Cheng 和 Guo (2015)所认为的，成员间知识共享行为所带来的交流互动，可以帮助个体对共同信息进行识别，进而有助于其社会认同的建构。Fox 和 Warber (2015)曾对 52 名性少数者进行半结构化访谈，发现性少数者不仅会使用社交网站搜索并获取有关性少数群体问题的信息，也会在社交网站中观察榜样个体的行为，性少数者可以基于这些信息来建构自己的性别认同。对于移民群体来说，Facebook 等社交网站则为他们提供了跨国沟通的网络空间和进行信息交换的机会。例如，维吾尔族移民可以通过 Facebook 与原生家园进行关于种族、文化、国家、宗教和政治认同等多重内容的交流联系，进而积极地探索和建构自己的在线社会认同(Nuermaimaiti, 2014; NurMuhammad et al., 2016)。可见，各种社交网站不仅为用户提供了与自己形象相似、行为相近的内群体成员确认身份的平台，也为用户提供了与外群体进行比较和区分的机会(Valkenburg, Schouten, & Peter, 2005)。

4.2　社交网站对个体社会认同表达的影响

相较于个体认同，用户在社交网站中更为强调自己的社会认同(Zhao, Grasmuck, & Martin, 2008)。例如，少数民族用户在日常使用社交网站的过程中，会突出自己的种族认同(Grasmuck, Martin, & Zhao, 2009)，并在自我描述中倾向于突出本民族的文化(Nuermaimaiti, 2014)。此外，互联网重塑了人类交互影响的外在环境，这使得少数群体和边缘群体也能够在网络世界中发出自己的声音(Grasmuck et al., 2009)。社交网站能够为他们提供一个虚拟的“试验场”，让他们能够表达、认同并重新定义自己。研究发现，社交网站不仅可以促进少数民族个体对种族认同的表达(Grasmuck et al., 2009)，也可以促进性少数群体对性别认同的表达(Fox & Warber, 2015)。与此同时，对社会认同的表达也会反过来作用于个体的自我概念，有助于个体形成更为积极的自我概念(Grasmuck et al., 2009)。

社交网站为个体提供了社会认同表达的舞台，这主要体现在三个方面：第一，社交网站允许个体有选择地编辑自我呈现的信息(Fox & Vendemia, 2016)。例如，个体可以创建自己的个人主页，并上传照片或发布状态(Maghrabi, Oakley, & Nemati, 2014)。第二，社交网站的多重选择性，有助于用户选择不同的社交平台来表达认同。例如，从社会规范的角度来说，性少数群体的性别认同是一种污名化的认同，为了应对这种污名化认同，性少数群体常在不同的社交网站平台上变换多重的认同，即性少数群体的性别认同常在关注“性”的社交网站中表达，而较少在 Facebook 中表达(Gudelunas, 2012)。第三，社交网站的“身体缺场”特性，可以让用户避免“面对面”所带来的困扰，这在一定程度上可促进个体认同的表达。例如，当年轻的南亚裔美国女性在 Facebook 上与他人分享自己穿着传统的南亚服装(如传统的印度长袍)的照片时，会感觉很安全，但在面对面的情况下，她们却会感到这样做比较别扭(Subramanian, 2010)。

进一步来讲，社交网站也会影响个体表达社会认同的方式和语言。首先，社交网站的匿名程度会影响个体表达社会认同的方式。例如，在

Facebook 这种非完全匿名的社交网站中，个体往往会较为含蓄地表达自己的认同，他们通常更多的进行展示(如发布照片)而不是说(Zhao et al., 2008)。其次，由于个体使用语言的方式与其社会认同具有强相关(Scott, 2007)，因此，社交网站也对个体社会认同表达的语言方式产生一定的影响。一方面，网络中的不同的群体会有自己独特的交流风格，个体会采用自己所认同的群体的独特交流风格来表达自己的认同(Rampton, 2017)。另一方面，群体成员也会运用不同的语言模式，来维护或表达其独特的群体身份。例如，维吾尔族移民用户会更多地在 Facebook 中使用“Uyghurlar (维吾尔族人)”、“biz Uyghurlar (我们维吾尔族人)”等词汇来表达自己的种族认同(Nuermaimaiti, 2014; NurMuhammad et al., 2016)。

4.3 个体通过社交网站对社会认同进行管理

社交网站虽然为个体提供了一个灵活地呈现自我的机会(Maghrabi et al., 2014)，但同时也存在着隐私问题。与现实世界不同，社交网站的多重社交和空间穿越的特性，使得个体所属的各个群体之间可能会在网络空间中存在重叠。此外，现实生活中很多信息在呈现之后就会消失，而社交网站中的信息则是一直存档可查的。基于社交网站的这些特点，隐私问题在社交网站的使用中显得尤为重要，需要引起个体更多的重视。因此，为了应对在社交网站中与他人复杂的互动中的隐私威胁，个体需要进行有效的社会认同管理(Riesner, Netter, & Pernul, 2013)。

社会认同管理是一个以用户为中心的概念(Netter, Riesner, & Pernul, 2011)，即用户深思熟虑地、有针对性地对联系人或社交网站上的其他用户表露自己的个人属性(Riesner et al., 2013)。根据拟剧论的观点，社会认同管理的需求源于个体在日常生活中需要执行多个潜在的冲突角色(Goffman, 1959)。Riesner 等人(2013)则更为详尽地归纳出用户所拥有的四个高水平的社会认同管理需求，包括无限制的认同创建和控制、创建和维持多重的自我呈现、创建和维持多重社交圈以及分配联系权限。需要指出的是，用户在社交网站中的认同管理策略也更为隐蔽。例如，用户在 Facebook 中主要通过印象抑制策略来进行认同管理。对于那些有损自身形象的照片，用户首先避免发布它们，然后才会选择去标记照片，最后才是请求他人删除这些照片(Strano & Queen, 2012)。

在个体进行社会认同管理的过程中，社交网站为个体提供了隐私设置和多重选择这两个功能，从而有助于个体在社交网站中进行角色和舞台的切换。首先，社交网站允许用户通过设置隐私权限来控制隐私。Duguay (2016)认为个体会采用分离观众的方法，即对朋友进行分组，以便对不同组的好友展示不同的属性和信息(Riesner & Pernul, 2012)。例如，个体在发状态时会选择给特定的人看(Riesner et al., 2013)。在 Facebook 中，研究者也发现性少数群体更倾向于把自己的主页权限设置为仅朋友可见，这一比例明显高于完全公开主页的比例(McConnell, Clifford, Korpak, Phillips, & Birkett, 2017)。

其次，社交网站为个体提供了多重选择的机会，而这个功能主要通过以下两条路径来实现：第一，社交网站允许个体通过选择联系人来维护自己的社交圈。具体来看，网络中的社交圈与现实世界不同，它仅仅是一个联系人列表(Palen & Dourish, 2003)，个体可以按照自己的意愿添加或删除某些联系人，这有助于个体根据需求创建和维护自己的社交圈(Madejski, Johnson, & Bellovin, 2011)。第二，用户可自由选择社交网站和账号。有些时候，单一的社交网站的隐私控制能力是有限的，因此用户可能会使用不同的社交网站来进行社会认同的管理。例如，个体在职场中会选择领英(LinkedIn) (Skeels & Grudin, 2009)，而在生活中则可能会选择朋友圈。此外，用户还可以通过在同一个社交网站中创建多个账号来进行社会认同的管理(Netter et al., 2011)。在 McConnell 等人(2017)的研究中，约 13.26%的被试报告称自己把多个账号的使用作为自己的认同管理策略。

除此之外，社交网站还为用户提供了进行社会认同威胁管理的平台。Facebook 等社交网站允许成员对群体价值和受到的挑战进行讨论，这有助于缓解其社会认同威胁(Sanderson, Frederick, & Stocz, 2016)。例如，一项针对体育运动粉丝的研究发现，社交网站为这些粉丝提供了一个共同应对认同危机的基本工具，即允许粉丝持续发布那些能够提升群体辨别性、缩小内群体问题和贬低外群体的信息(Sanderson, 2013)。由此可见，社交网站不仅允许个体对自己的社会认同进行管理，也有助于群体成员一同应对认同威胁。

4.4　个体通过社交网站重构社会认同

认同既不是个体的固有特质，也不是一个人内在的表达，而是一种社会化的产物，是在特定的社会环境中产生的结果，并且会着随环境的变化而有着不同的表现(Zhao et al., 2008)。因此，个体的认同既可以被创造，也可以被破坏(James, 2015)。

在社交网站中，当个体的原有社会认同遭到破坏的时候，个体可以在社交网站中重构自己的社会认同。具体而言，社交网站在此过程中发挥了三个作用：第一，社交网站扩展了个体的社交范围。用户可以在社交网站中与新的群体产生联系并获取信息。例如, Phillips 和 Nichola (2014)曾经对 12 个妈咪网进行了质性研究，发现这类社交网站有助于这些初为人母的用户之间相互联系，这促进了其社会认同的重构。第二，用户在社交网站中还可以获取来自他人的反馈(Tynes et al., 2011)，而这些反馈在其社会认同重构中发挥着重要的作用(Walther et al., 2011)。也就是说，个体通过整合来自其他用户的积极反馈来建构新的社会认同(Ganda, 2014)。第三，社交网站允许个体保持“身体缺场”，这可以让用户避免“面对面”所带来的困扰。例如，当个体在 Facebook 中的自我呈现与认同被拒绝或令其感到不适的时候，个体可以避免遭受到面对面的直接批判，并且能够快速地重新探索新的认同(Reid & Boyer, 2013)。

此外，基于社交网站的身份可塑特征，个体也可以在社交网站中重构一个虚拟认同。在这个过程中，社交网站为个体提供了自由呈现的舞台。置身其间，每个用户都可以选择呈现哪些信息，也可以隐藏一些诸如地址、性别、年龄、外貌等真实信息，进而重构一个不同于线下的虚拟认同(Hu, Zhao, & Huang, 2015)。研究发现，个体重构虚拟认同具有多方面的原因，如虚荣心、去抑制、享乐、进入新的社会网络和逃离旧的社会网络、获取隐私和避免困扰等(Hu et al., 2015)。此外，个体也会基于同伴感知、社会联结和受欢迎程度等方面的原因对其在线认同进行重构(Shafie, Nayan, & Osman, 2012)。

4.5　个体使用社交网站建立归属感

社会认同不仅源于个体对归属某一群体的认知，而且也是个体体验到归属感的一个突出表现(王锦，2011)。根据马斯洛的需求层次理论，感觉自己归属于一个或多个群体是人类的基本需求(Baumeister & Leary, 1995)，而这种对自身的归属需要是否得到满足的感知及体验就是归属感。事实上，归属感对任何人来说都十分重要，高的归属感可以显著地提升个体的生命意义感(Lambert, Stillman, Hicks, Kamble, Baumeister, & Fincham, 2013)。

社交网站为个体提供了获取归属感的便捷渠道(姚琦，马华维，阎欢，陈琦，2014)。鉴于 Baumeister 和 Leary (1995)的观点，归属需求可以在与他人的积极互动中得到满足，而社交网站恰好能够增加人们进行交流互动的机会。具体来看，社交网站与线下环境不同，它改变了人们之间相互联系的方式，这在一定程度上有助于个体建立和维持社会关系(Lin, Fan & Chau, 2014)。首先，社交网站让个体摆脱了时间和空间的限制，允许个体在“身体缺场”的情况下，便捷地参与到群体中。其次，社交网站可以为个体提供与相似的人进行联系的机会，这不仅增强了个体的社会认同，而且提高了个体的归属感(Shapiro & Margolin, 2014)。研究发现，Facebook 的持续使用与个体对群体的归属感呈显著正相关(Lin et al., 2014)。同时，那些在 Facebook 中朋友数量越多的个体，其归属感水平越高(Dickstein-Fischer, 2012)。

需要指出的是，社交网站对个体归属感的影响存在着性别差异。例如，Quinn 和 Oldmeadow (2013)在对 443 名 9~13 岁的青少年进行研究时发现，男孩社交网站的使用强度与其归属感之间呈现显著正相关，但是这一相关在女孩群体中却并不存在。对于这一结果，研究者认为原因可能有两个方面：一方面，在线环境为男孩发展关系提供了练习场所；另一方面，男女使用社交网站的目的和在社交网站中的行为方式不同。与 Quinn 和 Oldmeadow 的观点相近，Haferkamp, Eimler, Papadakis 和 Kruck (2012)曾在研究中随机选择了 359 名 StudiVZ (等同于德国的 Facebook)用户参与在线调研，同时对 106 篇文章进行了内容分析，结果发现：在目的方面，女性用户使用社交网站更多的是出于享乐目的，而男性用户使用社交网站则是出于实用目的；在行为方面，女性在社交网站中倾向于把自己与他人进行比较，而男性则更喜欢浏览他人的主页以寻找朋友。因此，相较于男性，女性在社交网站中获取的归属感和社会

认同可能会更少。

5 问题与展望

毫无疑问，个体无法脱离群体而独自生活。当下，社交网站正逐渐渗入到人们日常生活的各个方面，它早已与现代人的生活息息相关。基于此，深入探索社交网站在个体社会认同发展中的作用，有助于人们更为深刻地理解当前社交网站对人类生活的影响，并为每个人科学、合理地使用社交网站提供有针对性的指导。目前，学者们虽然对社交网站与社会认同的关系进行了大量的探究，但是许多研究主题还较为零散，更缺乏对这些相关研究主题的系统性梳理与分析。基于这一层面的考量，本文探讨的内容主要着眼于社交网站对传统社会认同的环境的改变，以及这些虚拟平台在个体的社会认同的建构、表达、管理、重构和归属感建立等过程中所发挥的重要作用。此外，尽管国内外学者在该领域做了大量的研究，取得了较为丰富的成果，但是这一领域的研究仍存在许多亟待解决的问题，有待进一步地探究与厘定，包括多种研究方法的结合、研究内容的深化以及研究结果的实践应用等。

5.1 结合多种研究方法，探究社交网站在社会认同发展中的作用

在研究方法上，对于社交网站的使用情况，先前研究多采主观报告法进行使用强度和频率的测量，但是这种方法只能测量出社交网站使用的数量而非质量。例如，Quinn 和 Oldmeadow (2013)使用问卷法测量了儿童的社交网站使用情况和使用强度，却不能深入了解孩子们在使用过程中的具体内容和感受。除此之外，社交网站中用户之间的相互影响并非总是积极的，许多消极的方面也需要得到关注与测量(Quinn & Oldmeadow, 2013)。为了对社交网站使用情况进行更加客观、全面的测量，一些研究者开始加入了内容分析方法(Grasmuck et al., 2009; Nuermaimaiti, 2014; NurMuhammad et al., 2016)。事实上，社会认同的形成和发展是一个动态的过程，而社交网站的存档可查特性恰如其分地为研究者跨时间进行客观测量提供了条件。例如，Sanderson (2013)对 Facebook 中某群体发布的内容进行了 5 个月的回顾，从而探究群体在社交网站中如何应对社会认同的威胁。

此外，质性研究是信息系统领域中研究快速变化的主题的一种好方法(Klein & Myers, 1999)，同时也是一个从“什么样”到“为什么”来探寻真实生活内容的有效技术(Yin, 2003)。在社交网站环境中，涉及社会认同的研究往往采用质性研究的方法(Duguay, 2016; Fox & Warber, 2015; Hu et al., 2015)。例如，Dugua (2016)使用了半结构化访谈法探究了性少数群体在社交网站上的性别认同的方式和原因。一言蔽之，基于社交网站和社会认同的复杂性，学者们需要在未来结合多种研究方法立体式地探讨社交网站在社会认同发展中的作用。

5.2 研究内容仍需进一步深化

首先，从研究对象上来看，社交网站在社会认同发展中的作用的相关研究主要有两个方面的问题：一方面，先前的研究主要集中在性少数群体、民族群体和青少年群体，对更为广泛的普通网民的关注还略显不足。另一方面，先前的研究主要集中于 Facebook 等较为单一的社交网站，而当前国内的网络平台上的社交网站愈发多元化，各种细分市场的出现，使得用户面临着更为复杂的社交环境，也面临着更为多重的选择。在这种大背景下，社交网站在个体社会认同发展中的作用就更为复杂和重要了。例如，一些社交网站是完全匿名的环境(微博等)，而另一些则是非匿名的环境(Facebook 等)，这种匿名性程度的差异正是多元环境影响个体社会认同的因素之一(Zhao et al., 2008)。总之，未来的研究需要更多地关注社交网站的多元环境特征在个体社会认同形成和发展中的作用。

其次，从研究深度上来看，当前研究多为对社交网站和社会认同之间相关的浅层描述，关于其内在机制的探讨还相对缺乏。举例来说，目前社交网站使用与归属感之间关系的研究结果并不一致。相对于正面影响的结论，有研究者却认为社交网站可能会对归属感产生负面影响，例如，社交网站带来的网络排斥(Cyberostracism)可能会对归属感产生威胁(Abrams, Weick, Thomas, Colbe, & Franklin, 2011)。同时，社交网站对个体归属感的影响可能还存在年龄和性别差异(Abrams et al., 2011; Quinn & Oldmeadow, 2013)。由此可见，个体社交网站的使用与其归属感之间可能还存在着复杂的作用机制，这也是导致前人研究呈现不同结果的主要原因。基于此，未来可更为深入地考

察社交网站、归属感和社会认同三者之间的作用机制，尤其是对一些中间变量的探究。例如，Barker (2009)在研究中发现，那些对自己所属的社会群体感觉到消极的人，会把使用社交网站作为与其他群体成员沟通的一种替代方式。因此，个体在受到社会排斥并威胁到其归属感时，是否会通过社交网站进入到其他不同的群体中，并通过对认同的建构、重构等方式得到补偿？这便是一个十分值得关注与研究的问题。

5.3　基于已有的研究结果，加强实践应用研究

在个体层面，一方面，用户可以在社交网站中建构社会认同；另一方面，用户在“身体缺场”的情况下依然会受到群体规范与价值观等方面的影响(Yonkers, 2015)。Phua (2014)在社交网站中对戒烟的研究发现，社会认同在参与感和戒烟自我效能之间起到了中介作用。由此可以想象，一些物质或行为成瘾的个体是否可以通过使用社交网站，在与相似群体的互动中建构并增强群体认同并成功戒瘾呢？或许有指导性的社交网站使用确实可以帮助他们改善不良行为。此外，社会认同具有增强归属感等积极意义(赵志裕等, 2005)。因此，形成积极的社会认同可能有助于提高弱势群体的适应能力。例如，范兴华、方晓义、刘杨、蔺秀云和袁晓娇(2012)曾经对北京市的 1164 名流动儿童进行问卷调查，结果发现儿童的老家认同在歧视知觉和社会文化适应的负向关系间起到缓冲作用。也就是说，社交网站有助于个体与群体之间进行更为便捷的交流，进而通过个体社会认同的建构来缓冲歧视带来的不良影响。

在群际层面，对外群体的信任是群际关系中的重要问题。研究发现，不同群体之间的接触程度会影响人们对外群体成员的信任程度(Tam, Hewstone, Kenworthy, & Cairns, 2009)，而社交网站中群际接触的增加将有助于提升个体对外群体成员的信任程度(Tam et al., 2009; Vezzali, Capozza, Stathi, & Giovannini, 2012)。不仅如此，根据 Gaertner 和 Dovidio (2000)的共同内群体身份模型(Common Ingroup Identity Model)，个体可以通过建构一个新的、更高一级的共同群体身份来弱化群际边界，把原先的外群体成员知觉为内群体成员，使个体更多地认识到彼此之间的相似性，进而可能会增加其对原有外群体成员的信任程度。因此，基于社交网站对社会认同的建构和重构作用，研究者可以引导网民在社交网站平台上建构一个高级的、共同群体身份的认同，这将有利于网民之间的信任水平的提升，进而可能会有助于减少群际间的偏见和歧视。

综上所述，在未来的研究中，学者们不仅需要带着理论视角深入考察社交网站在个体社会认同发展中的作用，而且需要进一步加强应用研究的投入，以更好地发挥社交网站使用的实践价值。

参考文献

邓志强. (2016). 多元一体：“网络青年”的社会认同. *中国青年研究*, (9), 79–84.

范兴华，方晓义，刘杨，蔺秀云，袁晓娇. (2012). 流动儿童歧视知觉与社会文化适应：社会支持和社会认同的作用. *心理学报*, *44*(5), 647–663.

葛红宁，周宗奎，牛更枫，陈武. (2016). 社交网站使用能带来社会资本吗？*心理科学进展*, *24*(3), 454–463.

雷雳. (2016). *互联网心理学*. 北京：北京师范大学出版社.

刘庆奇，牛更枫，范翠英，周宗奎. (2017). 被动性社交网站使用与自尊和自我概念清晰性：有调节的中介模型. *心理学报*, *49*(1), 60–71.

腾讯. (2017, 11 月). *2017 年第三季度业绩报告*。2018-6-13 取自 http://stock.qq.com/a/20171115/032438.htm?qqcom_pgv_from=aio

王锦. (2011). 归属感探析. *西安文理学院学报(社会科学版)*, *14*(4), 88–90.

姚琦，马华维，阎欢，陈琦. (2014). 心理学视角下社交网络用户个体行为分析. *心理科学进展*, *22*(10), 1647–1659.

赵志裕，温静，谭俭邦. (2005). 社会认同的基本心理历程——香港回归中国的研究范例. *社会学研究*, (5), 202–227.

中国互联网络信息中心. (2017, 7 月). *中国互联网发展状况统计报告全文*. 2017-06-13 取自 http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/

Abrams, D., Weick, M., Thomas, D., Colbe, H., & Franklin, K.M. (2011). On-line ostracism affects children differently from adolescents and adults. *British Journal of Developmental Psychology*, *29*(1), 110–123.

Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. Cyberpsychology & Behavior, *12*(2), 209–213.

Baumeister, R. F., & y, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, *117*(3), 497–529.

Blease, C. R. (2015). Too many ‘friends,’ too few ‘likes’? Evolutionary psychology and ‘Facebook depression’. *Review of General Psychology*, *19*(1), 1–13.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), 210–230.

Cadinu, M. R., & Rothbart, M. (1996). Self-anchoring and differentiation processes in the minimal group setting. *Journal of Personality & Social Psychology*, *70*(4), 661–677.

Campbell, J. E. (2014). *Getting it on online: Cyberspace, gay male sexuality, and embodied identity*. New York: Routledge.

Cheng, Z. C., & Guo, T. C. (2015). The formation of social identity and self-identity based on knowledge contribution in virtual communities: An inductive route model. *Computers in Human Behavior*, *43*, 229–241.

Cooper, M., & Dzara, K. (2010). The Facebook revolution: LGBT identity and activism. In C. Pullen & M. Cooper (Eds.), *LGBT identity & online new media* (pp.100–112). New York: Routledge.

Debsmita, S., (2014), Religious community identity on social networking sites: A study on Facebook. *International Journal of Physical and Social Sciences*, *4*(9), 522–537.

Dickstein-Fischer, L. (2012). *Facebook use in relation to gender, introversion-extroversion, and sense of belonging among college students* (Doctoral dissertation). Boston: Northeastern University.

Duguay, S. (2016). “He has a way gayer Facebook than I do”: Investigating sexual identity disclosure and context collapse on a social networking site. *New Media & Society*, *18*(6), 891–907.

Ellison, N. B., & Boyd, D. M. (2013). Sociality through social network sites. In Dutton, W. H. (Ed.), *The Oxford handbook of internet studies* (pp. 151–172). Oxford: Oxford University Press.

Evans, S. (2012). Virtual selves, real relationships: An exploration of the context and role for social interactions in the emergence of self in virtual environments. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, *46*(4), 512–528.

Fox, J., & Vendemia, M. A. (2016). Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, *19*(10), 593–600.

Fox, J., & Warber, K. M. (2015). Queer identity management and political self-expression on social networking sites: A co-cultural approach to the spiral of silence. *Journal of Communication*, *65*(1), 79–100.

Gaertner, S. L., & Dovidio, J. F. (2000). *Reducing intergroup bias: The common in-group identity model*. Philadelphia: Psychology Press.

Ganda, M. (2014). *Social Media and Self: Influences on the formation of identity and understanding of self through social networking sites.* Retrieved Jun 13, 2018, from http://dx.doi.org/10.15760/honors.64

Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York, NY: Anchor Books.

Grasmuck, S., Martin, J., & Zhao, S. (2009). Ethno-racial identity displays on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *15*(1), 158–188.

Gudelunas, D. (2012). There’s an app for that: The uses and gratifications of online social networks for gay men. *Sexuality & Culture*, *16*(4), 347–365.

Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A. M., & Kruck, J. V. (2012). Men are from Mars, women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *15*(2), 91–98.

Hogg, M. A., Abrams, D., Otten, S., & Hinkle, S. (2004). The social identity perspective intergroup relations, self-conception, and small groups. *Small Group Research*, *35*(3), 246–276.

Hu, C., Zhao, L., & Huang, J. (2015). Achieving self-congruency? Examining why individuals reconstruct their virtual identity in communities of interest established within social network platforms. *Computers in Human Behavior*, *50*, 465–475.

James, P. (2015). Despite the terrors of typologies: The importance of understanding categories of difference and identity. *Interventions: International Journal of Postcolonial Studies*. *17*(2), 174–195.

Klein, H. K., & Myers, M. D. (1999). A set of principles for conducting and evaluating interpretive field studies in information systems. *MIS Quarterly*, *23*(1), 67–93.

Lambert, N. M., Stillman, T. F., Hicks, J. A., Kamble, S., Baumeister, R. F., & Fincham, F. D. (2013). To belong is to matter: Sense of belonging enhances meaning in life. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *39*(11), 1418–1427.

Lin, H., Fan, W., & Chau, P. Y. K. (2014). Determinants of users’ continuance of Social Networking Sites: A self-regulation perspective. *Information & Management*, *51*(5), 595–603.

Long, N.H., & Jung, J. J. (2015). Privacy-aware framework for matching online social identities in multiple social networking services. *Cybernetics and Systems*, *46*(1-2), 69–83.

Madejski, M., Johnson, M., & Bellovin, S. M. (2011). The failure of online social network privacy settings. *Department of Computer Science, Columbia University, Tech. Rep. CUCS-010-11*.

Maghrabi, R. O., Oakley, R. L., & Nemati, H. R. (2014). The impact of self-selected identity on productive or perverse

social capital in social network sites. *Computers in Human Behavior, 33*, 367–371.

McConnell, E. A., Clifford, A., Korpak, A. K., Phillips II, G., & Birkett, M. (2017). Identity, victimization, and support: Facebook experiences and mental health among LGBTQ youth. *Computers in Human Behavior*, *76*, 237–244.

Netter, M., Riesner, M., & Pernul, G. (2011, February). *Assisted social identity management - Enhancing privacy in the social web.* Symposium conducted at the meeting of Proceedings of the 10th International Conference on Wirtschaftsinformatik (WI 2011). Zürich. Schweiz.

Nuermaimaiti, R. (2014). *Identity construction online: the use of Facebook by the Uyghur diaspora.* (Unpublished doctorial dissertation), New Zealand: International Communication Unitec Institute of Technology.

NurMuhammad, R., Horst, H. A., Papoutsaki, E., & Dodson, G. (2016). Uyghur transnational identity on Facebook: On the development of a young Diaspora. *Identities*, *23*(4), 485–499.

Quinn, S., & Oldmeadow, J. A. (2013). Is the igeneration a 'we' generation? Social networking use among 9-to 13-year-olds and belonging. *British Journal of Developmental Psychology, 31* (1), 136–142.

Palen, L., & Dourish, P. (2003, April). Unpacking privacy for a networked world. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems* (pp. 129–136). ACM.

Phillips, N., & Broderick, A. (2014). Has Mumsnet changed me? SNS influence on identity adaptation and consumption. *Journal of Marketing Management, 30*(9-10), 1039–1057.

Phua, J. (2014). Quitting smoking using health issue-specific social networking sites (SNSs): What influences participation, social identification, and smoking cessation self-efficacy? *The Journal of Smoking Cessation, 9*(1), 39–51.

Rampton, B. (2017). *Crossings: Language and ethnicity among adolescents.* New York, NY: Routledge.

Reid, G. G., & Boyer, W. (2013). Social network sites and young adolescent identity development. *Childhood Education*, *89*(4), 243–253.

Riesner, M., Netter, M., & Pernul, G. (2013). Analyzing settings for social identity management on social networking sites: Classification, current state, and proposed developments. *Information Security Technical Report, 17*(4), 185–198.

Riesner, M., & Pernul, G. (2012). *Provider-Independent online social identity management-enhancing privacy consistently across multiple social networking sites.* Symposium conducted at the meeting of Hawaii International Conference on System Science. Maui, Hawaii, January.

Sanderson, J. (2013). From loving the hero to despising the villain: Sports fans, Facebook, and social identity threats. *Mass Communication and Society, 16*(4), 487–509.

Sanderson, J., Frederick, E., & Stocz, M. (2016). When athlete activism clashes with group values: Social identity threat management via social media. *Mass Communication and Society, 19*(3), 301–322.

Scott, C. R. (2007). Communication and social identity theory: Existing and potential connections in organizational identification research. *Communication Studies*, *58*(2), 123–138.

Shafie, L. A., Nayan, S., & Osman, N. (2012). Constructing identity through Facebook profiles: Online identity and visual impression management of university students in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 65*, 134–140.

Shapiro, L. A. S., & Margolin, G. (2014). Growing up wired: Social networking sites and adolescent psychosocial development. *Clinical Child and Family Psychology Review*, *17*(1), 1–18.

Skeels, M. M., & Grudin, J. (2009). *When social networks cross boundaries: A case study of workplace use of Facebook and LinkedIn.* Symposium conducted at the meeting of Poster at the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work. Sanibel Island, May.

Statista. (2017). *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2017.* Retrieved June 13, 2017, from https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/

Steinfield, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29*(6), 434–445.

Stets, J. E., & Burke, P. J. (2000). Identity theory and social identity theory. *Social Psychology Quarterly, 63*(3), 224–237.

Strano, M. M., & Queen, J. W. (2012). Covering your face on Facebook suppression as identity management. *Journal of Media Psychology, 24*(4), 166–180.

Subramanian, M. (2010). New modes of communication: Web representations and Blogs: United States: South Asians, in Joseph, S (Eds.), *Encyclopedia of Women & Islamic Cultures*, United States: South Asians.

Tajfel, H. (1970). Experiments in intergroup discrimination. *Scientific American, 223*(5), 96–103.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *The Social Psychology of Intergroup Relations*, *33*(47), 74.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In J. T. Jost & J. Sidanius

(Eds.), *Key readings in social psychology. Political psychology: Key readings* (pp. 276–293). New York, US: Psychology Press.

Tam, T., Hewstone, M., Kenworthy, J., & Cairns, E. (2009). Intergroup trust in Northern Ireland. *Personality and Social Psychology Bulletin, 35*(1), 45–59.

Tynes, B. M.; Garcia, E. L.; Giang, M. T.; Coleman, N. E. (2011). The racial landscape of social networking sites: Forging identity, community, and civic engagement. *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society, 7*(1), 71–100.

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2008). Adolescents' identity experiments on the Internet: Consequences for social competence and self-concept unity. *Communication Research, 35*(2), 208–231.

Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the internet. *New Media & Society, 7*(3), 383–402.

van Veelen, R., Otten, S., Cadinu, M., & Hansen, N. (2016). An integrative model of social identification: Self-stereotyping and self-anchoring as two cognitive pathways. *Personality and Social Psychology Review, 20*(1), 3–26.

Vezzali, L., Capozza, D., Stathi, S., & Giovannini, D. (2012). Increasing outgroup trust, reducing infrahumanization, and enhancing future contact intentions via imagined intergroup contact. *Journal of Experimental Social Psychology, 48*(1), 437–440.

Walther, J. B., Liang, Y. J., DeAndrea, D. C., Tong, S. T., Carr, C. T., Spottswood, E. L., & Amichai-Hamburger, Y. (2011). The effect of feedback on identity shift in computer-mediated communication. *Media Psychology, 14*(1), 1–26.

Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods (3rd)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Yonkers, V. (2015). Mobile technology and social identity. In Zheng, Y. (Eds.), *Encyclopedia of mobile phone behavior* (pp. 719–731). IGI Global.

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior, 24*(5), 1816–1836.

The role of Social Networking Sites' using in social identity

WANG Xinyue[1,2]; WANG Xingchao[2,4]; LEI Li[1,2]; WANG Pengcheng[1,2]; ZHOU Hao[2,3]

([1] *Department of psychology, Renmin university of China, Beijing* 100872, *China*) ([2] *The Center of Internet + Social Psychology, Renmin University of China, Beijing* 100872, *China*) ([3] *Teaching and Research Department of Health Psychology, Zhejiang University of Finance & Economics, Hangzhou* 310018, *China*)

([4] *School of Educational Science, Shanxi University, Taiyuan* 030006, *China*)

Abstract: Social identity is the individual's knowledge that he belongs to certain social groups together with some emotional and value significance to him of this group membership. Social Networking Sites (SNSs) have gradually penetrated into people's daily life. Previous studies showed that SNSs had changed the traditional environment of social identity, which is mainly reflected in five aspects: extend personal relationship networks, improving information exchange, providing a new presentation platform, giving people more privacy choices. SNSs play a vital role in the construction, expression, management, reconstruction of social identity. Further, SNSs may help the individual to create a sense of belonging. More attention should be paid to the research methods, research contents, and practical applications in this area.

Key words: social identity; social networking sites; sense of belonging